

## **Perancangan Visual Branding Ageman Fashion and Accesories**

**ANISYA ISTIFA WAHDIATI**

(Pembimbing : Khamadi, M. Ds, Henry Bastian, M.Kom)

*Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian*

*Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201301770@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Ageman Fashion and Accesories merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang fashion dan accesories khusus batik di kota Solo. Kurangnya kegiatan yang dilakukan untuk membentuk identitas ataupun citra yang kuat menjadi berpengaruh pada kedudukan Ageman Fashion and Accesories di masyarakat. Selain itu juga mempengaruhi persepsi yang tercipta antara identitas di masyarakat dengan identitas yang ingin dibangun oleh perusahaan. Branding merupakan sebuah upaya untuk membangun suatu identitas di benak audiens dan menjadi sebuah pembeda antara perusahaan satu dengan perusahaan yang lain. Perancangan yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan merancang visual branding yang sesuai dengan citra dari Ageman Fashion and Accesories, tujuannya untuk mengkomunikasikan kepada target audiens melalui media yang tepat. Perancangan visual branding ini dibuat melalui perancangan efektif menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai data primer dan studi literatur, internet sebagai data sekunder. Data dianalisis menggunakan analisis SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity, Threats) dan group brainstorming yang disesuaikan dengan visi misi perusahaan sebagai alat untuk menentukan strategi kreatif agar hasilnya sesuai dengan identitas yang ingin ditonjolkan. Dalam proses analisis menghasilkan kata kunci yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan yaitu asimetris, batik, eksklusif, klasik, logotype dan logogram, merah maroon, serif, sulur. Media yang dihasilkan merupakan media lini bawah (below the line) berupa logo dan GSM (Graphic Standart Manual) sebagai media utama, dan stationary, merchandise, packaging serta sign sebagai media pendukungnya. Melalui perancangan visual branding ini, Ageman Fashion and Accesories dapat memperkuat identitas yang dimiliki serta meminimalisir terjadinya perbedaan persepsi di masyarakat.

Kata Kunci : Ageman , Batik, Fashion, Perancangan, Visual Branding

## **Visual Branding Design For Ageman Fashion and Accessories Solo**

**ANISYA ISTIFA WAHDIATI**

(Lecturer : Khamadi, M. Ds, Henry Bastian, M.Kom)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of  
Computer Science, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 114201301770@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Ageman Fashion and Accesories is one of businesses engaged in the field of fashion and batik accesories in Solo. Lack of activities undertaken to establish a strong identity or image becomes an influence on the position of Ageman Fashion and Accesories in the community. It also affects the perception between the identity in the community and the identity that the company wants to build. Branding is an effort to build an identity in the minds of the audience and becomes a distinction between one company and another company. The design undertaken to overcome these problems is to design a visual branding in accordance with the image of Ageman Fashion and Accessories, the goal is to communicate the audience through the right media. Visual branding design is made through effective design using qualitative descriptive method with data collection in the form of observation, interview, and documentation as primary data and literature study, internet as secondary data. The data were analyzed using SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity, Threats) and group brainstorming that was adjusted to the vision of the company`s mission as a tool to determine the creative strategy so that the result matches the identity to be highlighted. The analysis process generate keywords used as a reference in the design of the asymmetric, batik, exclusive, classical, logotype and logogram, red maroon, serif, tendrils. The media that has been generated is below the line media in form of logo and GSM (Graphic Standart Manual) as the main media, and stationary, merchandise, packaging and sign as supporting media. Through this visual branding design, Ageman Fashion and Accesories can strengthen their own identity and minimize the difference of perception in society.

**Keyword** : Ageman, Batik, Fashion, Design, Visual Branding